

Das Prinzip Sponsoring

die Olympischen Spiele sind in ihrem Stellenwert unvergleichbar. Wenn tausende Athleten aus allen Himmelsrichtungen in 28 Sportarten 302 Entscheidungen austragen, dann schlägt der Puls der Sportwelt für wenige Wochen am Austragungsort olympischer Spiele. Hier werden Helden gefeiert, Favoriten gestürzt und es wird Sportgeschichte geschrieben. Anders als große Sportevents wie Fußball-Weltmeisterschaften oder die Formel 1 sind die olympischen Wettkampfstätten von jeglicher Werbebotschaft befreit.

*Hier werden Helden gefeiert,
Favoriten gestürzt und
Sportgeschichte geschrieben!*

Wenn zwischen dem 8. und 24. August internationale Athleten in Peking ihren Traum von Gold verwirklichen wollen, werden die Bilder davon einen rein sportlichen Eindruck hinterlassen.

Die Werbefreiheit in den Stadien ist ein klares Symbol dafür, dass es für das Internationale Olympische Komitee (IOC) von großer Bedeutung ist, die Balance zwischen kommerziellen Aspekten und der olympischen Idee zu halten. Um das zu ermöglichen, ist ein exklusives Sponsoring-Programm erforderlich, das sowohl den olympischen Werten Rechnung trägt als auch mithilft, die enormen Kosten dieses Sportevents zu schultern. Dabei werden drei Katego-

Impressum

Herausgeber: Deutsche Sport-Marketing GmbH,
Schaumainkai 91, 60596 Frankfurt am Main,
www.dsm-olympia.de;

Verantwortlich: Marcus Meyer

Realisation: medienfabrik Gütersloh GmbH,
www.medienfabrik.de

Fotos: dpa/picture-alliance

rien von Partnerschaften unterschieden: 1. Das IOC hat TOP Partner und Supplier; 2. Die einzelnen NOKs haben Partner mit nationalen Rechten; 3. Das Organisationskomitee vor Ort (diesmal das BOCOG in Peking) hat ein eigenes Sponsoringprogramm. Die nationalen Partner und das BOCOG stimmen ihre Programme mit dem IOC ab. Exklusivitäten sind daher gewährleistet, aber ein Doppelengagement wie von Mercedes-Benz und Schenker ist durchaus möglich. Beide sind Supplier des IOC, fungieren aber auch als Partner des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB).

Weitere Informationen im „Marketing Fact File“